Texturas y colores

Diego Carrasco Tanquino

La feria "Texturas, Colores y Sabores", ubicada en la ciudad de Quito, es actualmente uno de los espacios más importantes de promoción de las artesanías del Ecuador. La feria forma parte de un proyecto mayor de apoyo a los artesanos auspiciado por la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito y por la Empresa Municipal de Turismo para Quito y tiene algunos ejes de trabajo complementarios entre sí: identificación de artesanos y generación de información; capacitación a artesanos; asesoría en procesos de desarrollo del producto; apoyo a la innovación en el diseño; fortalecimiento de la marca e imagen de los productos; y generación de un espacio atractivo para la comercialización, expresado en la feria. En esta ponencia, el responsable de la Feria, nos narra su experiencia, sus aprendizajes, sus retos y nos muestra cómo uno de los puntales del trabajo es haber concebido al diseño no sólo como un componente estético del producto, sino como un factor estratégico de desarrollo.

The exhibition "Textures, Colors and Flavors", located in the city of Quito, is currently one of the most important areas for the promotion of handicrafts in Ecuador. The fair is part of a larger project to support artisans and is sponsored by the Municipality of the Metropolitan District of Quito and the Municipal Tourism Company for Quito and has some complementary linchpins working together, namely : the generation of artisans and identification of information; training artisans; advice on processes for product development; support of innovation in design; the strengthening of the brand and image of the products; and generating an attractive space for marketing are expressed at the fair. In this paper, the head of the Fair recounts his experiences, his apprenticeships, his challenges and shows how one of the cornerstones of the work is to have conceived the design not only as an aesthetic component of the product, but as a strategic factor of development.

Trabajo como consultor externo para el Municipio de Quito, específicamente para la Empresa Municipal de Turismo que está al frente de este proyecto. Esto que voy a contarles no es enteramente nuevo, me he apoyado en numerosas experiencias, como la de Artesanías de Colombia, que es una fuente de inspiración para nuestro trabajo.

Quiero retomar en mi presentación el tema de lo híbrido, pues un generador del desarrollo artesanal es precisamente la hibridez; es decir, una artesanía que surge a partir de una experiencia, interés y búsqueda que combina aspectos académicos con vivencias; en esto coincido con Cecilia Duque: a los diseñadores nos ha tocado aterrizar en la realidad.

Voy a compartir con ustedes la experiencia de haber generado un espacio de comercialización artesanal en el Ecuador, la feria: "Texturas y Colores" que va siguiéndoles los pasos a nuestros vecinos colombianos.

> ***Eso es lo que busca nuestro proyecto, fortalecer la artesanía y la cultura popular a través de la capacitación orientada desde el diseño y la innovación.***

La Feria nació el año 2009 y a la fecha hemos realizado seis ediciones ininterrumpidas; en la actualidad, la Feria ha traspasado el ámbito local y nacional y estamos buscando internacionalizar el proyecto. Es así como en el año 2014 se contó, por primera vez, con artesanos de Brasil y de Chile como invitados a través de la Fundación Artesanías de Chile.

Existe un proyecto integral de apoyo a los artesanos que nutre a la feria durante todo el año, mucho de este trabajo consiste en identificar a los artesanos, registrarlos, "desafiarlos" en el sentido mencionado por Cecilia Duque, es decir *"no me interesa –entre paréntesis– cómo estás, me interesa tu producto, su calidad, me interesa el desarrollo del producto"*, solo así el artesano va a tener mejores oportunidades y una mejor condición de vida. Eso es lo que busca nuestro proyecto, fortalecer la artesanía y la cultura popular a través de la capacitación orientada desde el diseño y la innovación; el diseño no como un factor estético y cosmético sino como un factor estratégico de desarrollo y, a esto se suma la asistencia técnica para promover la diversificación de los productos.

El proyecto brinda apoyo a los artesanos desde el año 2010 luego de que se realizó con éxito la primera feria artesanal que desde sus inicios contó con un muy interesante staff de expositores. Con esta experiencia se presentó un proyecto al Ministerio de Industrias y Productividad, MIPRO, que comprendía tres ejes: la capacitación orientada hacia procesos de innovación y creación; el diseño como una estrategia de desarrollo; y, la comercialización.

El soporte institucional del Municipio de Quito y de "Quito Turismo" permitió generar las condiciones para los procesos de comercialización que tienen que ver con el impulso a la calidad, los procesos de selección, la facturación electrónica y los circuitos turísticos que están en proceso, concibiendo que el valor agregado del producto es siempre la calidad.

¿Quiénes participan en este proyecto?, todos los actores involucrados, la Academia, los artesanos individuales o en colectivo, instituciones públicas, privadas y los comercializadores a quienes no se los sataniza sino se les abre un espacio. En la medida que este proyecto impulsa una gran feria, se requiere asegurar rentabilidad que es lo que permitirá su sostenibilidad en el tiempo.

Para el año 2012, habíamos realizado treinta y seis cursos sobre los temas mencionados, centrándonos básicamente en el diseño, la identidad, el desarrollo del producto, la promoción, las relaciones públicas y las tecnologías de la información aplicadas a la artesanía. Estos cursos se organizaron en lugares centrales que convocaron a todos los artesanos in situ, acompañados también de conferencias, charlas, pequeñas reuniones y otras estrategias en la búsqueda por establecer una cultura de la innovación, que es la clave para no desaparecer.

El proyecto no ha trabajado solamente con artesanos, su público es más amplio y comprende otros actores del proceso artesanal; están los diseñadores de artesanías, artesanos, artistas populares, generadores de moda, artistas plásticos, diseñadores gráficos, encuadernadores, entre otros.

Uno de los resultados de la propuesta de cogestión desarrollada, es que el proyecto se ha convertido en un modelo de réplica para diversas instituciones públicas del país; además, somos una fuente de información debido a que manejamos una base de datos con una información de aproximadamente cuatro cientos artesanos creadores de la ciudad de Quito; esta base está organizada por género, edad, zona geográfica, tipo de producto, materiales y técnicas artesanales.

La feria "Texturas y Colores" es, en sí, la concreción de este proyecto como un espacio para la promoción de los productos mejorados y con valor agregado. Normalmente en el Ecuador se han realizado ferias artesanales mal organizadas -la feria artesanal del CIDAP en Cuenca es una excepción- con productos de los cuales se desconoce su origen, sin identidad, con una oferta repetitiva, con poca información, sin innovación, descontextualizados; ferias en donde no se puede conocer si los productos tienen alguna relación con la localidad donde se comercian.

Esta problemática es la que "Texturas y Colores" ha buscado superar, se ha intentado impulsar un nuevo modelo de feria, con otro paradigma que fue inspirado cuando en el año 2004 conocí "Expoartesanías de Colombia"; esta experiencia fue un encuentro con mi mundo, con lo que yo quería hacer, con el reto que quería impulsar en mi país. Posteriormente participé en ferias internacionales en Norteamérica, Europa y Centroamérica, y de cada una he tomado elementos para organizar en Quito una feria de manera profesional, con perspectivas de internacionalización.

La Feria ha ido evolucionando desde la primera edición. Hay varios aciertos, pero enumeraré los que considero más importantes: en primer lugar, haber creado una feria con áreas temáticas que combinan los productos artesanales con los alimentos con base artesanal; esto determinó que la feria cambiara su denominación de "Texturas y Colores" a "Texturas, Colores y Sabores".

Estos aprendizajes surgen de la comprensión de las dinámicas comerciales,

las necesidades de los consumidores y sus capacidades adquisitivas. Este análisis es, además, la base para diseñar los contenidos de nuestras capacitaciones; de tal manera que podamos guiar a los artesanos participantes en el desarrollo de su oferta.

Con estos parámetros, la Feria hasta la actualidad, ha logrado impulsar la introducción de aproximadamente dos mil productos nuevos, algunos mejores que otros; con ello, se ha creado una oferta renovada cada año, teniendo como objetivo que "Texturas, Colores y Sabores" sea la mejor oferta en ferias que tenga la ciudad de Quito.

Otro acierto fue la creación y desarrollo de una marca propia. Este fue un reto muy importante pues posibilitó posicionar la marca "Texturas y Colores" que cuenta con un manual de imagen corporativa que nuevamente coloca al diseño como un factor estratégico de este proyecto. Contamos con patentes y con la propiedad intelectual de los diseños.

Una parte clave del proceso es la selección de los artesanos participantes; para esto nos hemos inspirado en la selección que realizan otras ferias, adaptándola a la realidad local e intentado ser eficientes en términos de procedimientos, recursos y tiempo. La convocatoria se realiza a través de redes sociales, mails y la circulación de información "de boca en boca", que ha sido uno de los mecanismos más potentes. En la última edición contamos con doscientos postulantes.

Para la selección en sí, se organiza un Comité de Selección de productos; para ello, todos los años identificamos artesanos, los visitamos en sus talleres, miramos sus productos, establecemos una relación cercana, casi personal, de tal manera que logramos estar seguros que son los autores, aunque siempre habrá algo que se filtre, pero cada vez nos pasa menos. Además, se establece un proceso de selección que busca la imparcialidad, la equidad de género y que piensa en aquello que la gente desea consumir; es decir, se considera el perfil del cliente, lo cual determina la diversidad de productos que debe tener la Feria.

Este proceso está condensado en un flujograma que evidencia, en primer lugar, la conformación del jurado en el que participan representantes de diversas instituciones y además –a manera de novedad– de un consumidor, que no es un técnico o un funcionario público sino que va a estar presente para aportar a la comprensión de cómo es la experiencia de una persona dentro de la Feria y cómo podemos hacerle sentir parte de la misma.

La sustancia del flujograma es la seriedad en la organización del proceso, donde hay puntos claves, entradas, salidas, retornos, están establecidos tiempos; es decir, se está cambiando la idea de que por tratarse de artesanía los procesos son informales y poco ordenados.

Para que la Feria se pueda realizar en diciembre de cada año, la convocatoria se abre en el mes de julio; nos toma aproximadamente tres meses y medio realizar la selección. Para comenzar, se debe llenar un formulario inicial, información que consta en nuestra página web; cuando se cuenta con toda la información los artesanos pasan al proceso de pre selección y si cumplen con todos los requisitos, son aceptados. Entonces se notifica al artesano, quien ratifica su voluntad de participar a través de correo electrónico, vía personal o por carta para finalmente enviarles una invitación formal e incluirlos entre los expositores. Aquellos artesanos que no fueron seleccionados, quedan registrados para que el proyecto los fortalezca, en miras a su posible participación en la siguiente edición.

Los criterios de selección en "Texturas, Colores y Sabores" son cuatro: la identidad,

referida a la capacidad de los productos para expresar particularidades propias y compartir los símbolos de su identidad local y se analiza también la presencia de valores estéticos y culturales que muestren las costumbres, tradiciones e historia de su lugar de origen; un segundo elemento son los materiales utilizados así como también las técnicas artesanales; un tercer elemento es el diseño de los productos y la innovación de la cual han sido objeto; finalmente, se analiza si el artesano ha participado en ediciones anteriores y si ha evolucionado y mantenido una mejora constante.

Sin embargo, este último criterio tiene un límite; para la edición del año 2015 se ha definido que los artesanos que han participado en cinco ediciones de la Feria, no podrán entrar al proceso de calificación, como un mecanismo para democratizar la participación pues hay mucha demanda de otros artesanos por entrar y porque además se considera que si lograron participar en varias ediciones es porque ya consiguieron un estado de desarrollo que les permite continuar en el oficio por sus propios medios. Estos artesanos no se alejan, estamos generando un modelo para que ellos se conviertan en aliados estratégicos del proyecto.

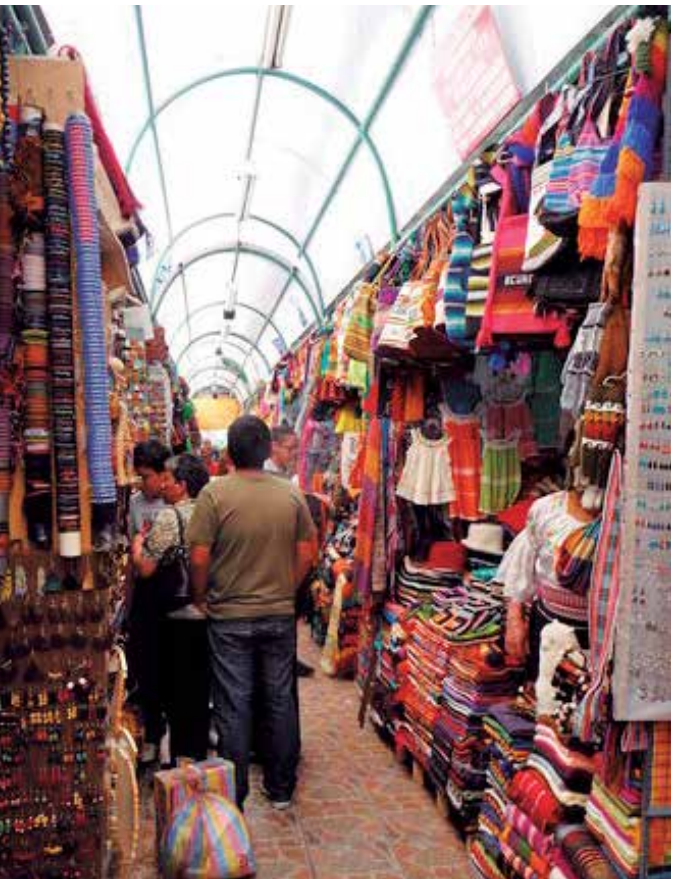
> ***Una parte clave del proceso es la selección de los artesanos participantes; para esto nos hemos inspirado en la selección que realizan otras ferias, adaptándola a la realidad local e intentado ser eficientes en términos de procedimientos.***

En relación al diseño, se privilegia que existan líneas o colecciones de productos que sean funcionales, que sirvan para aquello para lo cual han sido elaborados. Valoramos además la experimentación, la investigación y la innovación aplicada; también es relevante, aunque es muy difícil de valorar a través de una ficha, que los productos sean ambientalmente sostenibles y que las técnicas o materiales utilizados no generen impactos negativos en los recursos naturales.

Uno de los datos curiosos que ha sido una constante en los últimos cuatro años, la excesiva oferta de productos relacionados con el área de moda y accesorios que nosotros vinculamos con el ámbito textil así como de regalos, en donde entra una diversidad de productos, incluidas las manualidades. Por el contrario, las ramas menos numerosas son los instrumentos musicales y la juguetería que asciende a un 5% del total de la oferta de la Feria y que curiosamente debería ser uno de los rubros más fuertes en un espacio destinado a ofertar regalos navideños.

Al detectar estos vacíos trabajamos para que los artesanos que manejan estas técnicas artesanales produzcan también juguetes apoyándoles en el diseño y en procesos de innovación; una persona que confecciona ropa por más de treinta años no se le enseña a coser, pero sí se le orienta a utilizar sus conocimientos y destrezas en una nueva posibilidad de mercado como puede ser la confección de juguetes.

Es muy importante que se produzca una apropiación de materiales y técnicas locales; en algunas áreas como por ejemplo la bisutería, no podemos esperar que todo sea hecho en Ecuador, pero la mayor parte de productos sí deben mostrar técnicas, materiales o mecanismos que sean propios de la zona o que tiendan a la recuperación de técnicas de antaño a través del diseño como estrategia. Esta política se expresa dentro del proceso de selección que valora y puntúa mejor a aquellos artesanos que están en capacidad de incorporar más de dos o tres materiales en sus productos; situación posible en Ecuador al ser un país pequeño y geográficamente diverso, pues las cortas distancias entre regiones permite la posibilidad de mezclar materiales provenientes del entorno del artesano.



Se analiza, además, cuánto ha invertido el artesano en sí mismo y su producto: si ha generado una marca y desarrollado su imagen corporativa y de haberla, el proyecto busca consolidarla en el corto o mediano plazo. Para la Feria es importante que existan al menos tarjetas de presentación como condición para participar porque si los artesanos tienen más estrategias de promoción, se les puntúa mejor; también se valora que se haya vinculado con la promoción de su producción a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, que es uno de los temas de capacitación que brinda el proyecto como herramientas de promoción dentro de un mundo globalizado.

La matriz para la calificación de los artesanos y sus productos es una herramienta técnica que se llena al conocer cada expediente del postulante y contiene los criterios de identidad, innovación, técnicas, calidad, empaque entre otros; a todos estos criterios se les da una puntuación sobre diez puntos.

Una forma de generar la democratización de la entrada a la Feria, es que con diez puntos podría postularse una persona que nunca antes ha participado, pues buscamos refrescarnos. Así, en cada edición de un 45% a un 65% de expositores son nuevos y dentro de este grupo, se procura que el 100% de los productos que exigimos tengan innovación; es decir, que también sean nuevos.

La matriz se llena para cada uno de los postulantes, se tabulan sus resultados y se valida los mismos en la reunión técnica del comité, donde se determina el listado final; no necesariamente entra a la Feria el que mayor puntaje haya alcanzado porque, en este momento, se considera el criterio del consumidor. De esta manera, se determina si el producto será del gusto del consumidor, si se ajusta a sus requerimientos; este es el desafío del proceso de selección de la Feria, mucho trabajo que no se ve.

Algunos datos adicionales de "Texturas, Colores y Sabores". Disponemos de tres mil metros cuadrados de Feria, se cuenta con espacio para ciento treinta expositores; en sus diferentes ediciones han participado dieciséis invitados especiales, como los artesanos de Chordeleg y del Centro de Bordados Cuenca de la provincia del Azuay y de otras provincias ecuatorianas como Manabí y de la región Amazónica.

Las dos últimas ediciones la Feria se realizaron en el antiguo aeropuerto de Quito que tiene el espacio adecuado para el desarrollo de un evento de este tipo. En la parte baja se ubican entre veinte y veintidós expositores en cada una de las ocho categorías que conforman

la Feria: instrumentos musicales, moda, juguetes, reciclaje, alimentos, arte e imaginería a más de un mercado tradicional y el área de las instituciones; el año anterior nos acompañó la UNESCO con el plan de gestión para la iglesia de San Francisco. En la parte alta tenemos un proyecto con los artesanos que están en la calle de la Ronda de Quito, son cerca de catorce expositores; el área de regalos y el área de alimentos están al final, de acuerdo a la ruta establecida estratégicamente en el montaje.

¿Qué hemos obtenido como resultados después de seis ferias? Hemos recibido cerca de cincuenta mil visitantes en todo este período – esto lo tiene el CIDAP en un solo festival, hecho envidiable– pero también debemos entender las lógicas diferentes, pues para entrar a "Texturas y Colores" el público debe pagar dos dólares que probablemente va a irse incrementando porque nuestro plan de sostenibilidad está aún lejos de alcanzar el punto de equilibrio y mientras no lo alcancemos, esto puede desaparecer. De allí la necesidad de garantizar la sostenibilidad en el tiempo. Los artesanos pagan su stand, el proyecto apoya con recursos propios y con gestión, pues se ofertan paquetes de auspicio que van desde los dos mil dólares hasta los treinta mil dólares.

Según las encuestas aplicadas, las ventas en cada feria ascienden a aproximadamente dos cientos mil dólares; sin embargo, es necesario tener presente que estos datos son muy difíciles de obtener porque la gente supone que si dan cifras reales de venta cuando éstas son buenas, el próximo año se incrementaría el costo del stand. A través de las encuestas se ha determinado también que el 40% de los artesanos vende un valor similar post feria, con los contactos generados en la misma.

> ***Nos interesa incorporar el diseño como un recurso estratégico, no cosmético pues el haber logrado el estatus con el que cuenta la Feria es el resultado de haber entendido al diseño como la base de todo el proceso.***

Los retos futuros son múltiples, nosotros como Feria buscamos incidir en la forma cómo se producen, se venden y consumen artesanías en Quito, proceso muy diferente al de Cuenca, Guayaquil, Otavalo o cualquier otro lugar. Nos interesa incorporar el diseño como un recurso estratégico, no cosmético pues el haber logrado el estatus con el que cuenta la Feria es el resultado de haber entendido al diseño como la base de todo el proceso.

En un futuro cercano deseamos realizar una curaduría con piezas físicas para lograr una mejor documentación, es un esfuerzo grande y el CIDAP entiende el significado de dicho proceso; nosotros aún no estamos preparados para ello.

Dentro de los retos está el incursionar en otros segmentos como el de hoteles, celebraciones, turismo, etc., experiencia que viene desarrollándose en Colombia, en Perú y que consiste en ofertar productos hechos a mano para los servicios hoteleros.

Nuestro compromiso es no dejar a la artesanía en el estado inicial en que la encontramos, el reto es dinamizarla, ir adelante y desde este trabajo garantizar que perdure en el tiempo.